

ABSTRAK

Sales Promotion Girls (SPG) merupakan suatu pekerjaan di mana mereka bertugas untuk mewakili suatu perusahaan yang ingin mempromosikan produk atau jasa mereka kepada masyarakat, dalam hal ini adalah *Sales Promotion Girls* (SPG) yang mempromosikan produk rokok. Gaya berkomunikasi perlu diperhatikan bagi setiap *Sales Promotion Girls* (SPG) agar dapat menimbulkan citra yang baik pula bagi perusahaan yang diwakilinya. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk membahas mengenai Apakah ada pengaruh gaya berkomunikasi *Sales Promotion Girl* (SPG) terhadap citra *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok pada pengunjung tempat hiburan malam HUGO'S Cafe Yogyakarta yang merupakan perumusan masalah dalam penelitian ini.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Teori S-O-R yang kemudian disinergikan dengan konsep strategi komunikasi pemasaran, konsep tentang citra, dan konsep tentang gaya komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian survei. Data hasil penelitian dianalisis dengan *product moment*, regresi linier sederhana, dan pengujian signifikansi, serta dikerjakan dengan menggunakan program SPSS versi 13 *for windows*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, studi kepustakaan, interview, dan observasi. Penelitian dilakukan dengan mengambil responden pengunjung HUGO'S Café Yogyakarta dalam jarak usia antara 17 tahun sampai dengan 35 tahun yang sebagai pelanggan rokok dan pernah berkomunikasi dengan SPG rokok.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua data dinyatakan valid. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis *product moment* diketahui R^2 sebesar 0.571 sehingga ada hubungan antara X dan Y yang berpengaruh positif dan signifikan. Diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel X sebesar 0.229 dengan konstanta sebesar 2.751. Sehingga ada pengaruh antara X terhadap Y untuk setiap terjadi perubahan satu satuan angka. Tingkat hubungan gaya berkomunikasi SPG yang terdiri dari *Paralinguistik*, *Gesture*, *Proksemik*, *Artifaktual* terhadap citra SPG rokok adalah sedang dan citra SPG rokok dipengaruhi oleh gaya berkomunikasi SPG sebesar 57.1% sedangkan 42.9% dipengaruhi oleh faktor lain.